



huss

HUSS-MEDIEN GmbH
10400 Berlin
Tel. 030 42151-380
Fax 030 42151-214
www.gv-kompakt.de



Preisliste Nr. 17
gültig ab 01.01.2012

Media-Informationen
2012

Fachzeitschrift

1	Titel-Porträt	Seite 3
T	Termin- und Themenplan	Seite 4–5
P	Preisliste	Seite 6–7
2	Auflagen- und Verbreitungs-Analyse	Seite 8–9
F	Formate und technische Angaben	Seite 10–14

Website

1	Porträt	Seite 15
P	Preise/Werbeformen	Seite 16
F	Formate und technische Angaben	Seite 17–18

Newsletter

1	Porträt	Seite 19
P	Preise/Werbeformen	Seite 20
F	Formate und technische Angaben	Seite 21

Die Medienmarke

Zielgruppe

Geschäftsführer, Einkaufsleiter, Verwaltungsleiter, Kantinen- und Küchenleiter

Themenspektrum

Chefsache, Food & Beverages, Technik, Ausstattung

Crossmediales Angebot

Fachzeitschriften, Website, Newsletter





- 1 Titel:** **GV-kompakt**
- 2 Kurzcharakteristik:** GV-kompakt ist ein **überregionales Fachmagazin** für die Gemeinschaftsverpflegung in Deutschland
- 3 Zielgruppe:** Die Zielgruppe der GV-kompakt setzt sich aus Geschäftsführern, Einkaufsleitern, Verwaltungsleitern, Kantinen- und Küchenleitern zusammen.
- 4 Erscheinungsweise:** monatlich (Doppelnummern 1/2, 7/8)
- 5 Heftformat:** DIN A4
- 6 Jahrgang:** 18. Jahrgang 2012
- 7 Bezugspreis:** **Jahresabonnement Inland** 52,00 €
Jahresabonnement Ausland
 inkl.Porto- und Versandanteil 70,00 €
Einzelverkaufspreis 7,00 €
Versandkosten 8,00 €
- 8 Organ:** Offizielles Organ des Verbandes der Küchenleiter/-innen in Krankenhäusern und Pflegeeinrichtungen e.V.
- 9 Mitgliedschaft/ Teilnahme:** 
- 10 Verlag:** HUSS-MEDIEN GmbH
 Am Friedrichshain 22
 10407 Berlin
 Telefon: 030 42151-0
 www.gv-kompakt.de
- 11 Herausgeber:** Wolfgang Huss
- 12 Anzeigen:** Ines Neumann (verantwortlich) (☎ -380)
 E-Mail: ines.neumann@hussberlin.de
- 13 Redaktion:** Asim Lončarić (verantwortlich) (☎ -281)
 E-Mail: asim.loncaric@hussberlin.de



14 Umfangsanalyse 2010 = 10 Ausgaben

Gesamtumfang	514 Seiten	= 100,0 %
Redaktionsteil	396 Seiten	= 77,0 %
Anzeigenteil	118 Seiten	= 23,0 %
davon:		
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen	15 Seiten	= 12,7 %
Verlagseigene Anzeigen	18 Seiten	= 15,3 %
Einhefter	2 Seiten	= 1,7 %
Beilagen	6 Stück	

15 Inhalts-Analyse des Redaktionsteils








	396 Seiten	= 100,0 %
Chefsache	106 Seiten	= 26,8 %
Technik & Ambiente	83 Seiten	= 21,0 %
Food & Beverage	104 Seiten	= 26,0 %
Verbands- & Branchennachrichten	78 Seiten	= 19,7 %
Sonstiges	25 Seiten	= 6,5 %

Ausgabe	AS	ET	Titelthema	Technik	Food & Beverage	Ausstattung	Messen/Sonstiges
1-2	24.01.	08.02.	Raumambiente Tische, Stühle, Bänke, Wände, Böden, Beleuchtung, Lüftung	Spültechnik Speisenausgabe	Frühstück & Brunch Bio & Fairtrade	Outdoortrends	INTERGASTRA , Stuttgart 11.-15.02.12
			INTERGASTRA – Messeausgabe				
3	20.02.	06.03.	Deutsche Küche traditionelle und regionale Spezialitäten	Reinigung & Entsorgung, Garsysteme	Eis & Desserts Gemüse & Beilagen	Automaten (Vending, Tafelwasseranlagen)	INTERNORGA , Hamburg 09.-14.03.12
			INTERNORGA – Messeausgabe				
4	26.03.	12.04.	Take Away Produkte für den Außer-Haus-Verzehr, Verpackungslösungen, Einweggeschirr	Free Flow & Frontcooking Outdoortechnik	Spargel- & Salatsaison Suppen, Saucen & Fonds	Porzellan, Besteck & Co.	ALTENPFLEGE , Hannover 27.-29.03.12
			Sonderausgabe Grünes Band – Preis für Nachhaltigkeit im Außer-Haus-Markt				
5	25.04.	14.05.	Hygiene Reinigungsprodukte, Bodenbeläge, Gerätekonzpte, Hygienemanagement, Zertifizierung	Kühl- & Kälte- technik Kaffeemaschinen	Eistrends Brot- & Backwaren	Gastraum	
			Großes Sonderthema: Zukunftsmarkt Seniorenverpflegung				
6	21.05.	14.06.	 Heißgetränke Kaffee, Tee, Kakao, Maschinen und Zubehör	Schädlings- bekämpfung Abrechnungs-/ Kassensysteme	Fisch & Meeresfrüchte Alkoholfreie Getränke	Berufsbekleidung	
			küche & technik 2012 – SONDERPUBLIKATION in GV-kompakt und gastronomie & hotellerie				

7-8	27.07.	13.08.	Verpflegungskonzepte für Senioren und Patienten bedarfsgerechte Ernährung, Sonderkost, Trinkkonzepte	Induktion Thermische Geräte	Gewürze & Öle Dips & Dressings	Tischkultur	hogatec Essen 02.– 05.09.12 MEDICA, Düsseldorf 14.–17.11.12
			hogatec – Messeausgabe				
9	30.08.	14.09.	Tiefkühlkost & Convenience Fertiggerichte, Backwaren, Fleisch, Fisch, Gemüse, Kartoffeln, Pasta, Reis, Suppen, Saucen, Aromen etc.	Spülmaschinen Mobile Speisen- verteilung	Käse & Milchprodukte Säfte & Co.	Vendingtrends	
10	27.09.	15.10.	Tischambiente Porzellan, Glas, Besteck, Tischwäsche und Servietten	Cook- & Chill- Technik	Eis & Desserts Pasta & Beilagen	Einweggeschirr & Ver- packungen	
				kaffee & tee 2012 – SONDERPUBLIKATION in GV-kompakt und gastronomie & hotellerie ACHTUNG: Anzeigenschluss/Druckunterlagen 21.09.2012			
11	26.10.	12.11.	Speisentransport Verteilsysteme, Wagen, Behälter, Boxen, Nutzfahrzeuge	Messtechnik Abluftanlagen	Brot & Backwaren Snacks & Fingerfood	Interieur	
				energie & umwelt 2012 – SONDERPUBLIKATION in GV-kompakt und gastronomie & hotellerie ACHTUNG: Anzeigenschluss/Druckunterlagen 25.10.2012			
12	29.11.	14.12.	Frühstückskonzepte Backwaren, Butter, Milch, Milch- produkte, Cerealien, Konfitüre, Wurst, Kaffee, Tee, Tafelgeräte, Geschirr	Bestell- & Zahlungssysteme Fachhandel	Wild & Geflügel Heißgetränke	Hygiene & Sicherheits- bekleidung	

Terminänderungen oder Verschiebungen vorbehalten: Redaktionsschluss 6 Wochen vor Erscheinen!

1 Anzeigenpreise und Formate (Preise in Euro, Zuschläge nicht rabattierbar)

Format	Breite × Höhe in mm	sw in €	2-farbig in €	4-farbig in €	Format	Breite × Höhe in mm	sw in €	2-farbig in €	4-farbig in €
	182 × 266	3.990	4.270	4.830		182 × 62 (quer)	1.040	1.320	1.880
1/1 Seite						43 × 266 (hoch)			
						90 × 130 (Standard)			
	120 × 192	2.340	2.620	3.180		182 × 48 (quer)	710	990	1.550
Juniorpage						58 × 130 (hoch)			
						90 × 96 (Standard)			
	182 × 130 (quer) 90 × 266 (hoch)	2.040	2.320	2.880		182 × 34 (quer)	540	820	1.380
1/2 Seite						43 × 130 (hoch)			
						90 × 62 (Standard)			
	182 × 86 (quer) 58 × 266 (hoch)	1.370	1.650	2.210					
1/3 Seite									

Millimeterpreis je Spalte: € 4,60 (4-spaltig) sw
€ 6,90 (3-spaltig) sw

- 2 Zuschläge**
- Platzierung:** 4. Umschlagseite 5.650 €
 2. Umschlagseite 5.250 €
 Titelseite + Titelthema auf Anfrage
- Farbe:** (nicht rabattierbar)
 Je Normalfarbe (Euroskala) 280 €
 Zuschlag 4farbig 840 €
 Je Sonderfarbe 870 €
- Format:** Inselanzeigen 100 % vom Grundpreis
 Anzeigen über Satzspiegel 10 % vom Grundpreis
- 3 Rabatte:** Abnahme innerhalb 12 Monaten (Insertionsjahr):
- | Malstaffel | | Mengenstaffel | |
|-------------------|------|----------------------|------|
| bei 3 Anzeigen | 5 % | 2 Seiten | 5 % |
| bei 6 Anzeigen | 8 % | 4 Seiten | 8 % |
| bei 9 Anzeigen | 10 % | 6 Seiten | 10 % |
| bei 12 Anzeigen | 12 % | 10 Seiten | 15 % |
- Auf Farb-/Anschnittzuschläge, Ad Specials und Beilagen sowie Stellenanzeigen kein Nachlass. Kombi-Rabatte bei Crossmedia-Kampagnen auf Anfrage.
- 4 Rubriken:** Branchenverzeichnis (pro mm, 1spaltig, 45 mm breit) 2,00 €
 Stellenanzeigen (pro mm 1spaltig, 58 mm breit) 2,70 €
 Chiffregebühr 6,00 €

- 5 Sonderwerbformen:**
- Beihefter**
 2seitig (unbeschnitten: 216 × 307 mm) 3.990 €
 4seitig (unbeschnitten: 432 × 307 mm) 5.600 €
 (andere Beihefterumfänge auf Anfrage)
-
- Beilagen** (lose eingelegt, Größe max. 205 × 290 mm)
 bis 25 g $\frac{0}{100}$ 210 €
 bis 50 g $\frac{0}{100}$ 230 €
 zzgl. Mehrporto
-
- Aufgeklebte Postkarten, Warenmuster u.a.**
 (nicht rabattierbar)
 Preis (masch. Klebung) $\frac{0}{100}$ 110 €
 zzgl. Mehrporto
-
- 6 Kontakt:** Susan Grunert, Anzeigendisposition
 Tel. 030 42151-454
 E-Mail: gv-kompakt.anzeigen@hussberlin.de
- 7 Zahlungsbedingungen/Bankverbindung:**
 Commerzbank
 Konto-Nr.: 976005901, BLZ: 120 400 00
 UST-Ident-Nr.: DE 137189299
 14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

1 Auflagenkontrolle: 

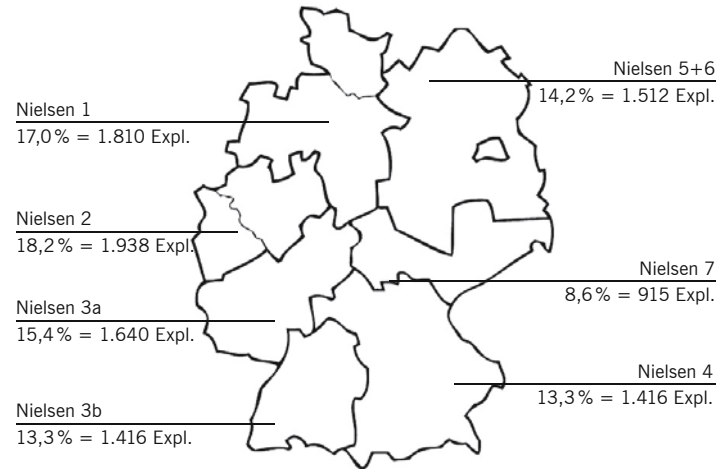
2 Auflagen-Analyse: II. Quartal 2011

Druckauflage	11.000		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	10.844	davon Ausland	197
Verkaufte Auflage	2.571	davon Ausland	186
Abonnierte Exemplare	1.688	davon Mitgliederstücke	1.276
Einzelverkauf	-		
Sonstiger Verkauf	883		
Freistücke	8.273		
Rest-, Beleg- und Archivexemplare	156		

3 Geografische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	98,2	10.647
Ausland	1,8	197
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	100,0	10.844

3.1 Verbreitung nach Nielsen-gebieten:



Kurzfassung der Erhebungsmethode auf Seite 9.

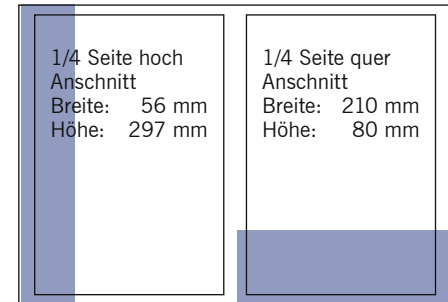
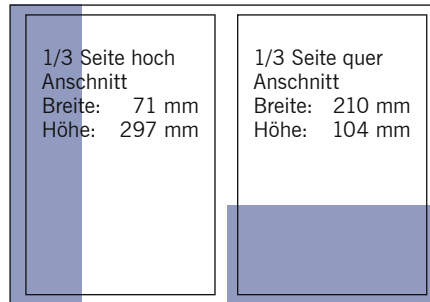
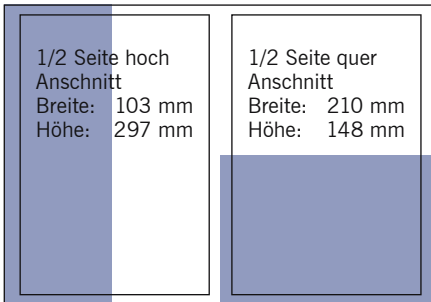
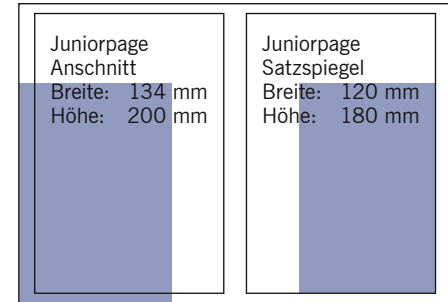
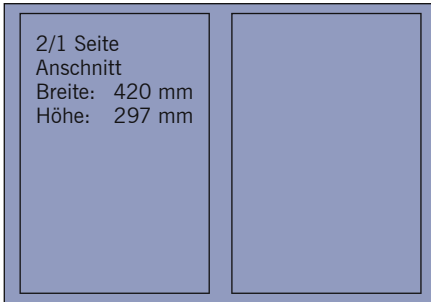
Beschreibung der Erhebungsmethode zur Verbreitungs-Analyse (AMF-Schema 2, Ziffer 3)

- 1 Untersuchungsmethode:**
 Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total Erhebung
- 2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung**
- 2.1 Beschaffenheit der Datei:**
 In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst.
- 2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei:** 41.793
- 2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:** 39.010
 (Wechsel nach jeder 2. Ausgabe)
- 2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:**
- Verkaufte Auflage 2.571
 - davon: abonnierte Exemplare 1.688
 - Einzelverkauf 0
 - sonstiger Verkauf 883
 - Freistücke 8.273
 - davon: ständige Freistücke 212
 - wechselnde Freistücke 7.802
 - Werbeexemplare 259
 - Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) 10.844
 - davon: Inland 10.647
 - davon: Ausland 197

3 Beschreibung der Untersuchung:

- 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)**
- | | | |
|--------------------------------------------------------------|--------|-----------|
| Grundgesamtheit (tvA) | 10.844 | = 100,0 % |
| Davon in der Untersuchung nicht erfasst: | 259 | = 2,4 % |
| • Einzelverkauf | 0 | |
| • sonstiger Verkauf | 0 | |
| • Werbeexemplare | 259 | |
| Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) | 10.585 | = 97,6 % |
- 3.2 Tag der Datei-Auswertung:** 30.06.2011
- 3.3 Beschreibung der Datenbasis:**
 Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitungsgebiete wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 2 projiziert.
- 3.4 Zielperson der Untersuchung:** –
- 3.5 Definition des Lesers:** –
- 3.6 Zeitraum der Untersuchung vom:** 01.04.2011 – 30.6.2011
- 3.7 Durchführung der Untersuchung:** Verlag

- 1 Zeitschriftenformat:** 210 mm breit × 297 mm hoch, DIN A4
 unbeschnitten: 216 mm breit × 303 mm hoch
- Satzspiegel:** 182 mm breit × 266 mm hoch
 3 Spalten à 58 mm Breite
- 2 Druck- und Bindeverfahren:** Offsetdruck, Rückstichheftung
 Bevorzugt werden digitale Druckunterlagen verwendet. Die Anfertigung sämtlicher Druckvorlagen, auch digitale Daten, wird berechnet.
- 3 Datenübermittlung:** **FTP:** Ihre FTP-Zugangsdaten erhalten Sie per E-Mail von Ihrem Ansprechpartner in unserem Haus.
E-Mail: Per E-Mail übermittelte Daten dürfen die Größe von 15 MB nicht überschreiten und sollten gepackt sein (zip/sit-Format).
Datenträger: CD-ROM, Daten-DVD
Angaben zum Datenversand: Zusammen mit den Daten werden alle Informationen über Zeitschrift/ Titel, Absender/Firma, Betriebssystem, verwendete Programmversionen, Dateinamen und Farben benötigt.
 Auf dem Postweg versendete Daten schicken Sie bitte ebenso an die Anzeigenabteilung.
- 4 Datenformate:** Für den Offsetdruck geeignete, hochaufgelöste Dateien im PDF-Format (pdf 1.3) mit eingebetteten Schriften (PDFX-3- oder PDFX-1a-Standard)
 Die Annahme offener Daten ist möglich.
Für offene Daten gilt: Alle verwendeten Schriften und Schriftschnitte, auch in EPS-Files enthaltene, müssen dem Auftrag beigefügt sein.
 Bilder und Grafiken müssen im CMYK-Modus zur Verfügung gestellt werden.
- 5 Farben:** Der Druck erfolgt nach der Eurokala im Prozessstandard Offsetdruck (PSO) mit den Grundfarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz.
- 6 Proof:** Von jeder Seite wird ein farbverbindliches Proof nach „Medienstandard Druck“ (bvdm) oder je Farbe ein s/w-Ausdruck benötigt mit jeweiliger Angabe der Farbe (EURO-Skala, HKS, Pantone). Farbdrucke vom Farbkopierer sind nicht farbverbindlich für den Druck.
- 7 Datenarchivierung:** Daten werden archiviert, unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.
- 8 Gewährleistung:** Nur was auf dem Datenträger vorhanden ist, kann verarbeitet werden. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben übernimmt der Verlag keine Haftung.
- 9 Kontakt:** Technische Information zum digitalen Datenversand:
Anzeigenabteilung GV-kompakt:
 Am Friedrichshain 22, 10407 Berlin
 Telefon: 030 42151-454, Fax: 030 42151-214
 E-Mail: gv-kompakt.anzeigen@hussberlin.de



Alle Anschnittformate zuzüglich 3 mm Beschnittzugabe je Schnittkante



Titelklappe

beidseitig bedruckt

Format: 105 mm × 297 mm

5.700 €



Banderole

einseitig bedruckt

Format: 430 mm × 80 mm

8.610 €



Klappe an Titel- und/oder Rückseite

Format Titel:
206 mm × 297 mm

Format Klappe:
201 mm × 297 mm

Preise auf Anfrage

Alle Formate zuzüglich 3 mm Beschnittzugabe je Schnittkante

Weitere Sonderformate sowie Werbemöglichkeiten auf Anfrage.

Beihefter:

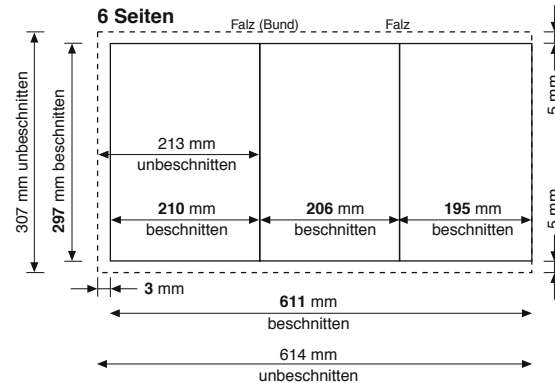
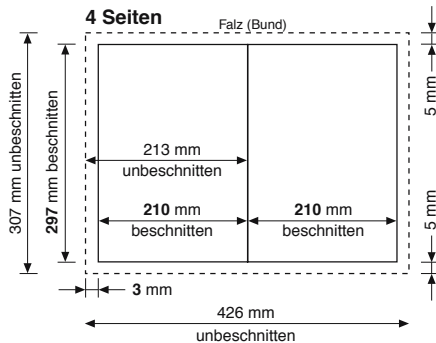
Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen und Gewichtsangaben erforderlich. Beihefter dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungstreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können.

Die Platzierung ist abhängig von den technischen Möglichkeiten. Teilformatige Beihefter auf Anfrage. (Rabatt: 1 Blatt= 1/1 Seite)

Formate:

- 1 Blatt (= 2 Seiten) unbeschnitten 213 mm breit x 307 mm hoch
- 2 Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten 426 mm breit x 307 mm hoch
- 3 Blatt (= 6 Seiten) unbeschnitten 614 mm breit x 307 mm hoch

Beschnittschema:



Beilagen: Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters mit Größen- und Gewichtsangabe bis spätestens Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe erforderlich. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Beilagen erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.

Beilagenhinweis: Ein Beilagenhinweis wird kostenlos im Anzeigenteil aufgenommen.

Benötigte Auflage: 11.200 Exemplare einschl. Zuschuss

Anliefertermin: Bitte 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes.

Format: Maximal 205 mm breit × 290 mm hoch

Technische Angaben: Beilagen müssen so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Arbeiten (z.B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt. Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters und vorheriger Zustimmung des Verlages und der Post angenommen werden.

Aufgeklebte Postkarten: Aufgeklebte Postkarten (Mindestpapiergewicht 150 g/m²) und Warenmuster auf Einheftern oder ganzseitigen Anzeigen müssen zusätzlich als Beilagen berechnet werden.

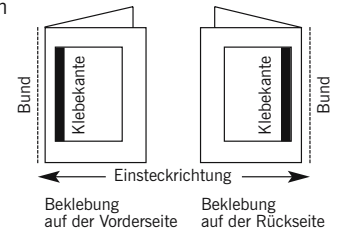
Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebter Postkarte (Standmuster), notfalls eines Blindmusters, erforderlich. Warenmuster können nur nach vorher vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post (gegen Vorlage eines verbindlichen Musters) angenommen werden.

Formate: Für aufgeklebte Postkarten gelten die Postvorschriften. Maximalgröße für aufgeklebte Warenmuster: 25 cm², Maximallänge einer Kante: 6 cm

Benötigte Liefermenge: 11.200 Exemplare einschl. Zuschuss

Anlieferungstermin: Bis spätestens 10 Arbeitstage vor Erscheinen des betreffenden Heftes.

Technische Angaben: Bei aufgeklebten Postkarten sollten die Klebekanten in Bundrichtung liegen



Versandanschrift: Bavaria-Druck GmbH, Joseph-Dollinger-Bogen 5
 80807 München

Liefervermerk: Für GV-kompakt Nr. X/2012, Name des Kunden, Bezeichnung der Drucksache, Auflagenhöhe, Lieferanzahl der Paletten/Pakete

- 1 **Web-Adresse:** www.gv-kompakt.de

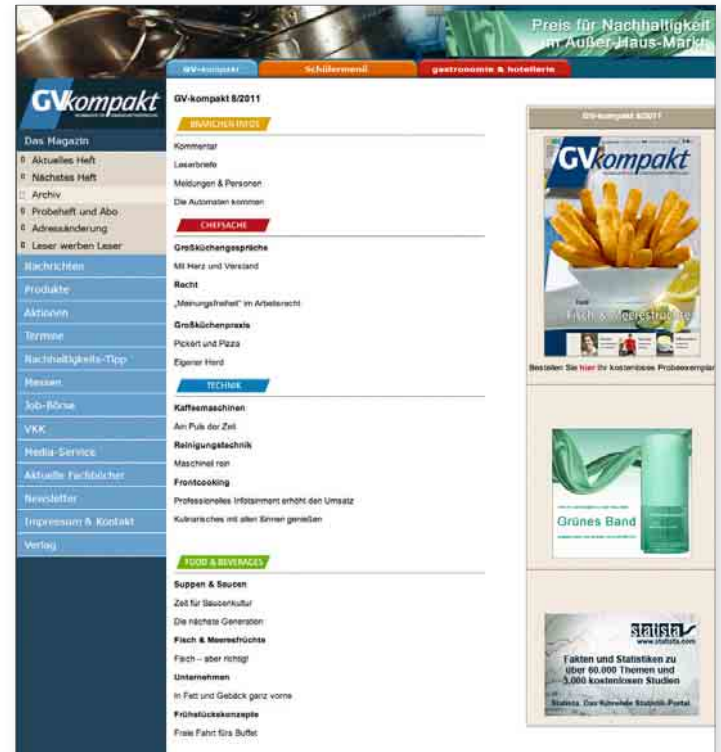
- 2 **Kurzcharakteristik:** Umfangreiches Internet-Angebot der B2B Kommunikation für Fachleute aus der Betriebsverpflegung, Senioren- und Pflegeheimen, Krankenhäusern sowie Vorsorge- und Rehaeinrichtungen. Ständig aktuelle Nachrichten und Zusatzinformationen, sowie Produktvorstellungen.

- 3 **Zielgruppe:** Professionelle Entscheider aus der Gemeinschaftsverpflegung.

- 4 **Verlag:** HUSS-MEDIEN GmbH
10400 Berlin · Deutschland
Hausanschrift:
Am Friedrichshain 22
10407 Berlin

Ansprechpartner Antje Schwebke, Redaktionsassistentin
Redaktion: E-Mail: antje.schwebke@hussberlin.de
Tel.: 030 42151-441

Ansprechpartner Susan Grunert, Anzeigenverkauf
Online Werbung: E-Mail: susan.grunert@hussberlin.de
Tel.: 030 42151-454



1 Preise und Werbeformen:

Werbeform	Platzierung	Format/Größe in Pixel	Datenvolumen bis	Preis je Woche in €
Full-Banner	Horizontal, i. d. R. über dem Kopfbereich der Webseite	468 × 60	50 KB	200,00
Halfsize-Banner		234 × 60	50 KB	150,00
Superbanner		728 × 90	50 KB	250,00
Skyscraper	Vertikal, i. d. R. am rechten Rand der Webseite	120 × 600	50 KB	300,00
Half-Skyscraper		120 × 300	50 KB	250,00
Wide-Skyscraper		160 × 600	50 KB	350,00
Wallpaper	Kombination aus Skyscraper und Fullsizebanner	468 × 60 + 120 × 600	50 KB	350,00
Rectangle	Seitenintegriert, i. d. R. in der linken Randspalte	180 × 150	50 KB	250,00
Textanzeige	Anzeige in Textform in Webseite implementiert	max. 350 Zeichen	50 KB	200,00

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

- 2 Rabatte:** Abnahme innerhalb 12 Monate (Insertionsjahr):
 Malstaffel
- | | |
|--------------------|-----|
| bei 3 Schaltungen | 5% |
| bei 6 Schaltungen | 8% |
| bei 9 Schaltungen | 10% |
| bei 12 Schaltungen | 12% |

- 4 Zahlungsbedingungen/Bankverbindung:**
 Commerzbank
 Konto-Nr.: 97 600 59 01, BLZ: 120 400 00
 UST-Ident-Nr. DE 137 189 299
 14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.

- 3 Rubriken:**
- Gesamte Homepage im Rotationsverfahren mit 3 weiteren oder exklusiv
 - ausgewählte Unterseiten

- 1 Dateiformate:**
- | | |
|------------------|------------|
| GIF, JPG, PNG | max. 50 KB |
| HTML; FLASH | max. 50 KB |
| 3rd Party Stream | max. 50 KB |
| Javascript | max. 50 KB |
- Dauer der Animation max. 15 s
- 2 Lieferadresse:** Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an folgende E-Mail-Adresse
 susan.grunert@hussberlin.de
- 3 Lieferfrist:** 3 Tage vor Kampagnenbeginn
- Mit diesen Vorlaufzeiten haben wir gemeinsam ausreichend Zeit, die Formate zu testen und eine sichere Auslieferung der Kampagne zu gewährleisten. Verzögerungen durch verspätete Anlieferungen gehen ansonsten nicht zu unseren Lasten.

Bei Anlieferung benötigen wir die erforderlichen Meta-Informationen:

- Kundenname
- Kampagnenname
- Buchungszeitraum
- Belegte Seite
- Platzierung auf der Site
- Werbeformat
- Ansprechpartner für Rückfragen
- Motivname (optional)
- Klick-URL
- Alt-Text (optional)

Bei Flash-Versionen:

- Angabe der Flashversion
- Information über Actionscripte
- integriertes ClickTag
- GIF oder JPG als Fallback im Format der gebuchten Werbeform für User, die kein Flash installiert haben
- Sniffer Code (falls vorhanden)

Drittanbieter:

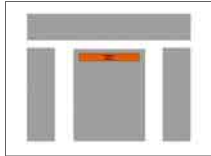
- Javascript/Iframe-Redirect
- Angabe der Flashversion
- Kompatibilitätsinformation (Browser, Betriebssystem)
- Informationen zu Aufrufparametern/-variablen für:
 - Vermeidung von Caching (Timestamp)
 - 3rd-Party-Klicktracking

- 4 Ansprechpartner:** Susan Grunert, Anzeigendisposition
 E-Mail: susan.grunert@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-454

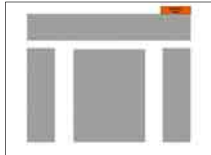
Bannerformate



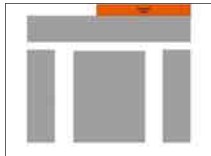
Full-Banner und Halfsize-Banner (horizontal):
 Platzierung: über dem Header, gesamte Webseite mit höchstens 3 weiteren
 Format/Größe: 468 × 60 Pixel
 Datenvolumen bis: 50 KB



Platzierung: über dem Content, gesamte Webseite
 Format/Größe: 468 × 60 Pixel
 Datenvolumen bis: 50 KB



Platzierung: über dem Header, gesamte Webseite mit höchstens 3 weiteren
 Format/Größe: 234 × 60 Pixel
 Datenvolumen bis: 50 KB



Superbanner (horizontal):
 Platzierung: über dem Header, gesamte Webseite mit höchstens 3 weiteren
 Format/Größe: 728 × 90 Pixel
 Datenvolumen bis: 50KB



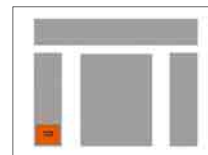
Skyscraper, Wide-Skyscraper und Halfsize-Skyscraper (vertikal):
 Platzierung: rechts von der Webseite, gesamte Webseite mit höchstens 3 weiteren
 Format/Größe: 120 × 600 Pixel
 Datenvolumen bis: 50 KB



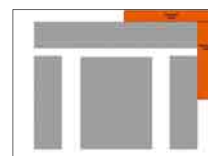
Platzierung: rechts von der Webseite, gesamte Webseite mit höchstens 3 weiteren
 Format/Größe: 160 × 600 Pixel
 Datenvolumen bis: 50 KB



Platzierung: rechts von der Webseite, gesamte Webseite mit höchstens 3 weiteren
 Format/Größe: 120 × 300 Pixel
 Datenvolumen bis: 50 KB



Rectangle:
 Platzierung: gesamte Webseite, vereinzelte Unterseiten (Rubrikseite)
 Format/Größe: 180 × 150 Pixel
 Datenvolumen bis: 50 KB



Wallpaper:
 Platzierung: gesamte Webseite, im Rotationsverfahren mit höchstens 3 weiteren
 Format/Größe: 728 × 90 Pixel + 160 × 600 Pixel
 468 × 60 Pixel + 120 × 600 Pixel
 Datenvolumen bis: 50 KB

Branchenguide Online (optional)

- 1 **Name:** GV-kompakt Newsletter
- Full-Banner** im News-Teil 468 × 60 Pixel
Text-Banner im News-Teil 300 Zeichen
Rectangle Banner im Service-Teil 180 × 150 Pixel
- 2 **Kurzcharakteristik:** Der innovative Newsletter erscheint monatlich zu aktuellen Themen, beleuchtet Trends und ruft zu Diskussionen über Fakten auf, sowie zu speziellen Informationen, Messen und Events runden das Angebot ab.
- 3 **Zielgruppe:** Der Newsletter erreicht Abonnenten, die an News und Produkten aus dem Fachgebiet interessiert sind. Die Abonnenten kommen aus allen Bereichen der Gemeinschaftsverpflegung. Alle Empfänger des Newsletter haben über das so genannte „double opt-in“ Verfahren Ihr Einverständnis zum Erhalt von Mailings gegeben.
- 4 **Erscheinungsweise:** monatlich
- 5 **Verlag** HUSS-MEDIEN GmbH
Ansprechpartner: **Redaktion:**
 Asim Lončarić, Chefredakteur
 E-Mail: asim.loncaric@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-281
 Antje Schwebke, Redaktionsassistentin
 E-Mail: antje.schwebke@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-441
- Anzeigen:**
 Ines Neumann, Anzeigenleiterin
 E-Mail: ines.neumann@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-380



GVkompakt
FACHMAGAZIN FÜR GEMEINSCHAFTSVERPFLEGUNG NEWSLETTER

IN HEFT 07_09/11 LEGEN SIE

Herzlich willkommen zum Newsletter der GV-kompakt!

Sehr geehrte Frau Levin,



in Kürze erscheint das nächste Heft als Doppelausgabe. Diesmal haben wir uns vor Ort in einigen innovativen Betrieben umgesehen. Oft hilft der Blick auf die Leistung des Kollegen, eigenes neu zu überdenken oder lediglich mit seinem Wissen am Ball zu bleiben. Hamburg, Osnabrück oder Dresden – drei Orte, drei Verpflegungsphilosophien, drei Perspektiven, seien Sie gespannt. Darüber hinaus geht es in der Bewerbungsphase für unseren Preis "Grünes Band" heiß her. Zahlreiche Unternehmen haben ihre Unterlagen eingesandt. Die Jury freut sich schon auf die Auswertung. Aber dazu mehr in den nächsten Ausgaben.

Herzlichst Ihr

 Asim Lončarić
 Chefredakteur

Aus der Branche

Meisterlehrgänge jetzt in 6 mal 2 Wochen
 die Hotelschule Rostock bietet ihre Meister-Lehrgänge jetzt auch in "berufsschonenden" 2-wöchigen Blockkursen an
[mehr ...](#)

Die Snack-Idee für Feinschmecker
 Snacks sind heute mehr als nur die kleine Leckerei zwischendurch.
[mehr ...](#)

Frühstückskonzepte
 Morgenstund hat Gold im Mund – ja, wenn es denn mal so wäre. Häufig birgt das Frühstücksgeschäft noch mächtig Potenzial. Wir zeigen, was in den jeweiligen Bereichen möglich ist.

Speisenausgaben
 Diesmal werden wir gemeinsam mit unseren Technik-Experten das Thema Free How näher beleuchten. Klar, dass da Frontcooling heutzutage nicht fehlen darf.

Kaffeemaschinen
 Dezentrale Kaffeeösungen erfordern ein systematisches Vorgehen und ein wirtschaftliches Gesamtkonzept. Zahlreiche Hersteller haben sich dazu so ihre Gedanken gemacht.

PROBENHEFT BESTELLEN



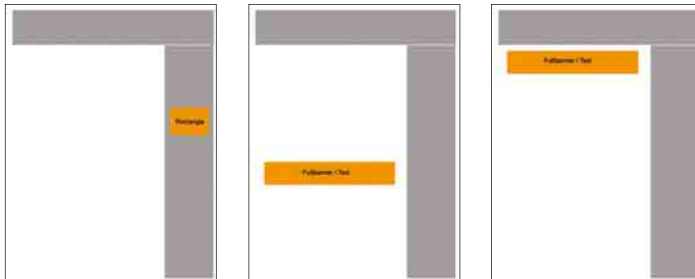
[Klicken Sie hier!](#)

JETZT NEUEN LESER WERBEN UND PRAMIE SICHERN!
[Klicken Sie hier!](#)

1 Preise und Werbeformen

Werbeform	Platzierung	Format/Größe in Pixel	Datenvolumen bis	Preis je Woche in €
Full-Banner	Horizontal, über dem Eingangstext	468 × 60	50 KB	180,00
Rectangle	Seitenintegriert, in der rechten Spalte	180 × 150	50 KB	150,00
Textanzeige	Anzeige in Textform in Newsletter implementiert	max. 350 Zeichen	50 KB	200,00

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.



2 Rabatte	Abnahme innerhalb 12 Monate (Insertionsjahr):	
	Malstaffel	
	bei 3 Schaltungen	5%
	bei 6 Schaltungen	8%
	bei 9 Schaltungen	10%
	bei 12 Schaltungen	12%

3 Zahlungsbedingungen/Bankverbindung:

Commerzbank
 Konto-Nr.: 97 600 59 01, BLZ: 120 400 00
 UST-Ident-Nr. DE 137 189 299
 14 Tage nach Erhalt der Rechnung netto.

- 1 **Dateiformate:** GIF, JPG, PNG 468 × 60 50 KB
 180 × 50 50 KB
 HTML (Text und JPG) max. 300 Zeichen
- 2 **Newsletterformat:** HTML und Text
- 3 **Lieferadresse:** Bitte senden Sie die Werbemittel für Ihre Kampagne an folgende E-Mail-Adresse:
 gv-kompakt.anzeigen@hussberlin.de
- 4 **Lieferfrist:** 3 Tage vor Kampagnenbeginn

Mit diesen Vorlaufzeiten haben wir gemeinsam ausreichend Zeit, die Formate zu testen und eine sichere Auslieferung der Kampagne zu gewährleisten. Verzögerungen durch verspätete Anlieferungen gehen ansonsten nicht zu unseren Lasten.

Bei Anlieferung benötigen wir die erforderlichen Meta-Informationen:

- Kundenname
- Kampagnenname
- Buchungszeitraum
- Belegte Seite
- Platzierung auf der Site
- Werbeformat
- Ansprechpartner für Rückfragen
- Motivname (optional)
- Klick-URL
- Alt-Text (optional)

- 5 **Ansprechpartner:** Susan Grunert, Anzeigendisposition
 E-Mail: susan.grunert@hussberlin.de
 Tel.: 030 42151-454
- Hinweis zu Werbemitteln im gif-Format:**
 Outlook 2007 und 2010 zeigen nur den ersten Frame ohne Animation an. Daher ist eine identische Gestaltung des ersten und letzten Frames empfehlenswert.

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen, Fremdbelagen und Online-Werbung

1. Anzeigenauftrag im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen und Fremdbelagen in einer Druckchrift sowie über Online-Werbung zum Zweck der Verbreitung. Ein Abschluss erfolgt unter Beachtung der gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte.
2. Anzeigen und Fremdbelagen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Im Fall eines Abschlusses des Anzeiges zum Abdruck einzelner Anzeigen eingekauft, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen in den vertraglich vereinbarten Konditionen bzw. nach Preisliste abzurufen.
4. Online-Werbung (z.B. Homepage, Newsletter etc.) bestimmt sich nach dem gebuchten Zeitraum. Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit des Vertrages die Webseiten bzw. Dokumente, auf die von der Online-Werbung verlinkt werden soll, aufrecht zu erhalten. Vorbehaltlich entgegenstehender Individualvereinbarungen sind die vom Bannerstempel des Verlegers genannten Werte bei den Visits und Page Impressions maßgeblich.
5. Wird ein Auftrag, insbesondere ein Serienauftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeachtet etwaiger weiterer Rechtsfolgen, den Unterschied zwischen dem gewählten und dem tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlags besteht. Das Vorliegen von bereits gebuchten Anzeigen- und Belagenaufträgen ist bis 20 Tage vor dem jeweiligen Anzeigenschluss in schriftlicher Form möglich. Danach fallen Stornogebühren in Höhe von 50 % des Anzeigenbruttopreises an. Kündigungen und Rücktritte, die nach dem Anzeigenschluss eingehen, werden frühestens für die übernächste Ausgabe wirksam.
6. Bei der Errechnung der Abnahmemengen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
7. Aufträge für Anzeigen und Fremdbelagen, die ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckchrift und im Internet platziert werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Ansonsten wird für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmten Nummern, Ausgaben oder Plätzen keine Gewähr übernommen. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
8. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ oder „Promotion“ kenntlich gemacht.
9. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen – auch einzelne Abdrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Belagen sowie Online-Werbung wegen falschen Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlags abzuwehren, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist (z.B. wenn Anzeigen Werbung Dritter oder für Dritte enthalten – sog. „Verbundwerbung“). Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Belagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Muster- und Beleg- und Billigung bedingend, und nach dem Format und Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils des Anzeigensammelwerks zu zeugen und/oder Zellschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Azeptiert der Verlag ausdrücklich eine Verbundwerbung, ist er zur Erhebung eines Verbundaufschlages berechtigt.
10. Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung des Anzeigentextes in Druckunterlagen, Belagen sowie in der Online-Werbung ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungelegene oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet eine übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckvorlagen gegebenen Möglichkeiten.
11. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen rechtzeitiger Reklamation Anspruch auf Zulassungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Besteht der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zulassungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige ist die Rückgängigmachung ausgeschlossen.
- 12.a) Zur Haftung, gleich als welchem Rechtsgrund einschließlich unerlaubter Handlungen, ist der Verlag nur verpflichtet, soweit Schäden (1) durch schuldhaftes Verletzung einer vertragsgewässentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) durch den Verlag in eine das Erreichen des Vertragszwecks gefährdende Weise verursacht werden oder (2) auf große Fahrlässigkeit oder Vorsatz von dem Verlag zurückzuführen sind.
- b) Haftet der Verlag gem. Ziffer a) (1) für die Verletzung einer vertragsgewässentlichen Pflicht, ohne dass ihm große Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung von dem Verleger auf die Höhe der Schadensersatzansprüche begrenzt.
- c) Haftet der Verlag gem. Ziffer a) (1) oder (2) für große Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Organe oder leitende Angestellte des Verlags sind, ist die Haftung des Verlegers ebenfalls auf die vereinbarten Anzeigenpreise begrenzt.
- d) Für mittelbare Schäden, Vermögensgeschäden oder entgangenen Gewinn haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder große Fahrlässigkeit von Organen oder leitenden Angestellten zurückzuführen sind.
- e) Jede Haftung von dem Verlag ist auf solche typischen Schäden beschränkt, mit denen Eintritt der Verlag nach den ihm bei Vertragsabschluss bekannten Umständen vernünftigerweise rechnen konnte.
- f) Der Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gem. den vorstehenden Ziffern a) bis e) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein.
- g) Fälle höherer Gewalt wie auch Abwehrmaßnahmen, Beschwerden, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung oder Betriebsstörungen entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz.
- h) Die Gewährleistung für Online-Werbung ist auf solche Fehler in der Wiedergabe beschränkt, die im Risikobereich und der Einflussphäre des Verlegers begründet sind. Sie ist ausgeschlossen für unwesentliche Fehler, z.B. wenn der Fehler den Zweck der Online-Werbung nicht wesentlich beeinträchtigt. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jeder einzelne Online-Werbungsfehler innerhalb einer Frist von weniger als 24 Stunden mehr als 10 % der gebuchten Zeit und länger als 24 Stunden innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der Schaltung aus, hat der Auftraggeber Anspruch auf Nachlieferung der ausgefallenen Medialleistung. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.
13. Der Verlag gewährleistet die drucktechnische bestmögliche Wiedergabe der Anzeige. Reklamationen offensichtlicher Mängel muss der Auftraggeber innerhalb von 4 Wochen nach Veröffentlichung schriftlich erheben. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn schriftlich geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf Vorsatz beruhen.
14. Der Verlag übernimmt keine Haftung für Fehler bei Reproduktion oder fernschriftlichen Übermittlungen jeder Art. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Werbungsbeitrag hat dann bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z.B. zur Nachbesserung der Druckunterlagen oder für Massenschnittstand müssen weiterberechnet werden.
15. Probebezüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probebezüge. Der Verlag berücksichtigt die Rückgabe von Probebezeugen nur, wenn diese innerhalb der gesetzten Frist eingehen. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probebezug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
16. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Brechung zugrunde gelegt.
17. Die Rechnung ist innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist.
18. Bei Zahlungsverzögerung oder Stundung werden die gesetzlichen Zinsen, im kaufmännischen Geschäftsverkehr für Höhe von 8 % über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank ab Fälligkeit des Rechnungsbetrages, sowie Mahnkosten in Höhe von EUR 7,50 pro Mahnung berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter

19. Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlensystem von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenerhandelter Rechnungsbezüge abhängig zu machen.
20. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Können ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und die Abrechnung der Anzeigen.
21. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckstöcke, Filme, Lithos, Matern, Zeichnungen etc. sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
22. Aus einer Auftragsminderung ergibt sich ein Abschluss über mehrere Anzeigen ein. Anspruch auf Preisermäßigung hergestellt werden, wenn die in der Preisliste garantierte verkaufte Aufträge im Gesamtdurchschnitt des vergangenen Infortsetzjahres i.H.V. Meldungen um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisermäßigungen und Schadenersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Aufträge so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte. Änderungen des Heftumfangs behält sich der Verlag vor, ohne dass hieraus der Auftraggeber Ansprüche herleiten kann.
23. Bei Differenzangevender der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Er übernimmt darüber hinaus keine Haftung. Einschreibebriefe und Elektrife auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Werbliche Unterlagen werden dem Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Aufträge zur Ausschaltung von Missbrauch des Ziffernendes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
24. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung derartiger Unterlagen ist innerhalb der Fristen des Auftrages. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlags, soweit hierüber eine Vereinbarung gesetzlich zulässig ist. Auf den Verlag findet deutsches Recht Anwendung.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlags

- a) Die allgemeinen und unsere zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Auftragsauftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich. Abweichende Geschäftsbedingungen werden erst gültig durch schriftliche Bestätigung des Verlags.
- b) Bei Änderungen der Anzeigenpreissetzen die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anderslautende schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem neuen Tarif zu gilt. Der Verlag behält sich das Recht vor, für Anzeigen in Verlagsbelagen Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie die Online-Werbung Sonderpreise festzusetzen. Anzeigenschlussstermine sind für den Verlag unveränderlich. Eine Anpassung an den Produktionsverlauf ist möglich.
- c) Die Werbungsanzeigen und Werbegewerbestanden verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungsstreibern an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mitteilungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz teilweise weitergegeben werden.
- d) Bei Auftragswerbungen/Anzeigen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann Vorauskasse bis zum Anzeigenschlussstermin verlangt werden.
- e) Bei Druckvorlagen, die zusätzliche Satz-, Film-, Lithokosten etc. verursachen, werden diese in Rechnung gestellt. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen und Belichtungsdateien nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Gewährleistungsansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Bei Überschreitung der im Terminplan festgelegten Daten für die Übersendung der Druckunterlagen kann keine Gewähr für eine einwandfreie Druckwiedergabe übernommen werden.
- f) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit des Anzeigentextes/Bildmotivs und der Online-Werbung. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden (inklusive der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung), auch wenn der Auftrag storniert sein sollte. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inseter, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenäußerung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeigen bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigenalters. Erscheinen nicht rechtzeitig silierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu.
- g) Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Nutzung der Online-Werbung durch den Inseter, die Medien aller Art (inkl. Internet) erforderlicher unberechtigten Nutzungs- und sonstigen Rechte, insbesondere zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich, inhaltlich und örtlich unbeschränkt in dem für die Durchführung der Aufträge notwendigen Umfang.
- h) Anzeigenaufträge können nach Anzeigenschluss grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Die Kündigung muss schriftlich erfolgen. Telefax und E-Mail genügen. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die entstandenen Satzkosten zu bezahlen.
- i) Sind etwaige Mängel an gelieferten Drucksachen, wie Beilehfer, Beilehfer etc., nicht sofort, sondern erst bei der Verarbeitung erkennbar, so hat der Werbungsbedingende dadurch entstehende Mehrkosten oder Verluste bei der Herstellung zu tragen.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Druckunterlagen für Anzeigen

- a) Digitale Druckunterlagen sind solche, welche per Datenträger (z.B. Disketten, Cartridges, CD/DVDs), direkt oder indirekt per Fernübertragung (z.B. ISDN, E-Mail, FTP) an den Verlag papierlos übermittelt werden.
- b) Unwesentliche Druckfehler, wie zum Beispiel geringe Bildqualität etc., die sich auf eine Abweichung des Auftraggebers von den Empfehlungen des Verlags zur Erstellung von Druckunterlagen zurückführen lassen, führen zu keinem Anspruch auf Preisermäßigung oder Schadenersatz.
- c) Bei digitaler Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Auftraggeber dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesamt bzw. gespickert werden. Für die Übertragung von digital übermittelten Druckvorlagen dürfen nur geschlossene Dateien verwendet werden, also solche Dateien, an denen der Verlag inhaltlich keine Möglichkeit der Veränderung hat. Offene Dateien (z.B. Dateien, die unter InDesign, QuarkXPress, Corel Draw, Freshpad usw. gespeichert wurden) kann der Verlag ablehnen. Der Verlag kann bei offenen Dateien für die inhaltliche Richtigkeit nicht in Anspruch genommen werden. Online-Werbung darf nur in geeigneten Dateiformaten mitgeliefert werden. Die Vorgaben des Verlags sind zu beachten.
- d) Digital übermittelte Druckvorlagen für Farbanzeigen können nur auf einem Papier gelieferten Farb-Proof zuverläßig verarbeitet werden. Digital erstellte Druckdrucke müssen zur Kontrolle der Farbtreue und der Farbtiefe in der aktuellen Version enthalten. Druckdrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstempel aufweisen. Ohne Farb-Proof sind Farbabweichungen unvermeidbar, die keinen Anspruch auf Preisermäßigung oder Schadenersatz auslösen können. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an den Verlag zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Auftraggeber innerhalb eines Monats nach dem Erhalt der Druckunterlagen an den Verlag zu senden. Ein Korrekturfax muss vom Auftraggeber innerhalb eines Monats nach dem Erhalt der Druckunterlagen an den Verlag zu senden.
- e) Werden digital übermittelte Druckvorlagen per Datenträger an den Verlag übermittelt, werden diese nur auf besonderen Wunsch an den Auftraggeber gegen eine pauschale Versandgebühr von EUR 2,50 zurückgeschickt.
- f) Der Auftraggeber hat vor einer digitalen Übermittlung von Druckvorlagen dafür Sorge zu tragen, dass die übermittelten Dateien frei von evtl. Computerviren, Würmern und sonstigen Schadprogrammen sind. Die übermittelten Daten Computerdateien, die über das Internet übertragen werden, sind dabei selbst geschützt, eine Datei der Auftraggeber hieraus Ansprüche geltend machen kann. Der Verlag behält sich zudem vor, den Auftraggeber auf Schadenersatz in Anspruch zu nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber mitlieferten Computerdaten dem Verlag Schaden entstanden sind.
- g) Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Druckunterlagen auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen. Der Verlag haftet nicht für Übertragungsefehler.



**Im Heft 6
küche & technik**

Erscheinen: 07.06.2012
Anzeigenschluss: 21.05.2012
Druckauflage: 32.000



**Im Heft 10
kaffee & tee**

Erscheinen: 10.10.2012
Anzeigenschluss: 21.09.2012
Druckauflage: 32.000



**Im Heft 11
energie & umwelt**

Erscheinen: 12.11.2012
Anzeigenschluss: 25.10.2012
Druckauflage: 32.000

Die Sonderpublikationen erscheinen als titelübergreifende Supplements sowohl im Fachmagazin gastronomie & hotellerie als auch im Fachmagazin GV-kompakt.

Sichern Sie sich Ihren Erfolg im besonders attraktiven Themenumfeld der Sonderpublikationen rechtzeitig!

	gastronomie & hotellerie	GV-kompakt
Druckauflagen:	21.000	11.000
Verbreitete Auflagen:	20.848	10.844

(IVW II/2011)

huss

HUSS-MEDIEN GmbH

10400 Berlin

Tel. 030 42151-380

Fax 030 42151-214

www.gv-kompakt.de



Weitere Fach- und Sonderpublikationen

aus den Bereichen

Gemeinschaftsverpflegung, Gastronomie und Hotellerie